



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *NEGATIVE ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
BRAND IMAGE PT. ESTEH INDONESIA DENGAN *BRAND POSITIONING*
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

**(Survey kepada Pengguna Twitter pada Fenomena *Negative eWOM* terhadap PT
Esteh Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)

Reggy Rismawan (193516516562)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PRODI ILMU KOMUNIKASI

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**THE EFFECT OF NEGATIVE ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE
BRAND IMAGE OF PT. ESTEH INDONESIA WITH BRAND POSITIONING
AS MODERATOR VARIABLE**

**(Survey of Twitter Users on the Negative eWOM Phenomenon of PT Esteh
Indonesia)**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining Bachelor Degree in
Communication Science (S.I.Kom)

Reggy Rismawan (193516516562)

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

2023



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

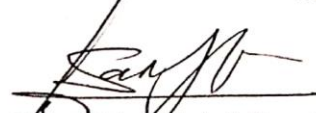
PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Reggy Rismawan
NPM : 193516516562
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative Electronic Word of Mouth* Terhadap
Brand Image Pt Esteh Indonesia dengan *Brand Positioning*
Sebagai Moderator
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 7 Februari 2023

Dosen Pembimbing,


Yuyu Sriwartini, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi,


Drs. Adi Prakosa, M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reggy Rismawan

NPM : 193516516562

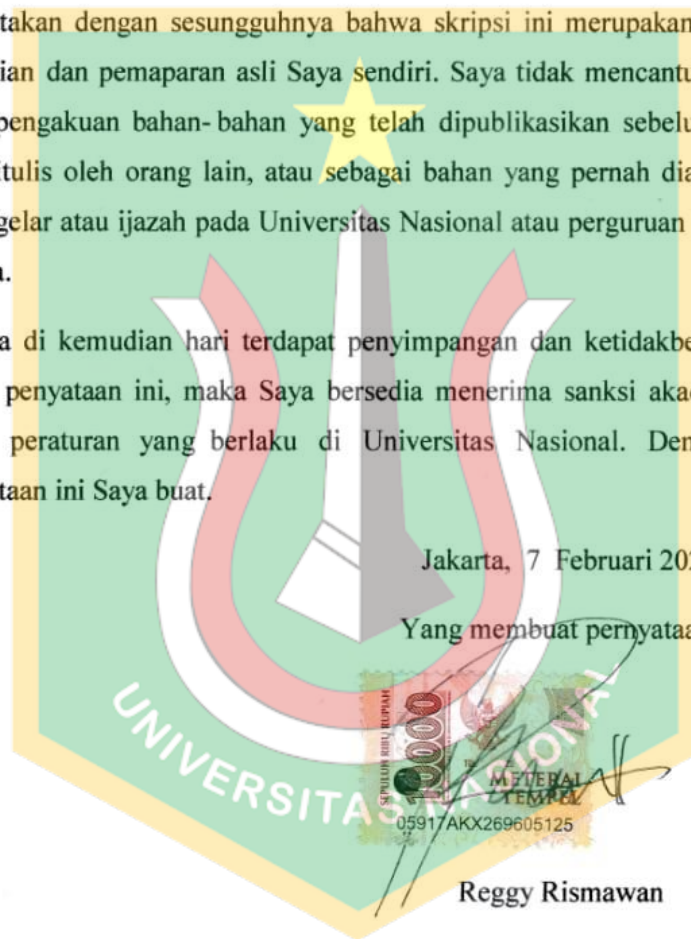
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative Electronic Word of Mouth* Terhadap
Brand Image PT Esteh Indonesia Dengan *Brand*
Positioning Sebagai Moderator

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian dan pemaparan asli Saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini Saya buat.

Jakarta, 7 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Reggy Rismawan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reggy Rismawan
NPM : 193516516562
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative Electronic Word of Mouth* Terhadap *Brand Image* PT Esteh Indonesia Dengan *Brand Positioning* Sebagai Variabel Moderator
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 28 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Yayu Sriwartim, S.Sos.,M.Si.

Dekan FISIP



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Reggy Rismawan
NPM : 193516516562
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative eWOM* Terhadap *Brand Image* PT Esteh Indonesia Dengan *Brand Positioning* Sebagai Variabel Moderator

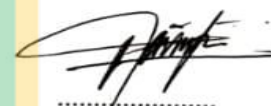
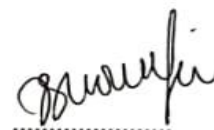
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang Dr. Jeanne Noveline Tedja, S.IP., M.Kesos

Penguji I Drs. Hadi Surantio, M.Si

Pembimbing I Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Februari 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Reggy Rismawan
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516562
Jurusan : Public Relation
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Negative eWOM Terhadap Brand Image PT Esteh Indonesia Dengan Brand Positioning Sebagai Variabel Moderator*

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 20 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2023

Ketua Sidang : Dr. Jeanne Noveline Tedja, S.IP., M.Kesos.

Penguji I : Drs. Hadi Surantio, M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Reggy Rismawan
NPM : 193516516562
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 20 Februari 2023

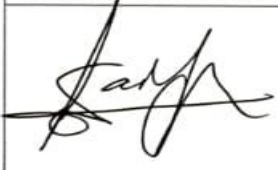


JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh *Negative eWOM* Terhadap *Brand Image* PT Esteh Indonesia Dengan *Brand Positioning* Sebagai Variabel Moderator

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Negative Effect of eWOM on Brand Image of PT Esteh Indonesia with Brand Positioning as Moderator Variable

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 28 Februari 2023	TGL : 28 Februari 2023	TGL : 28 Februari 2023
		



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
NASIONAL**

ABSTRAK

Nama : Reggy Rismawan
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul : Pengaruh *Negative Electronic Word of Mouth* Terhadap *Brand Image* PT. Esteh Indonesia dengan *Brand Positioning* Sebagai Variabel Moderator

<p>Kata Kunci</p> <p><i>Negative Electronic Word of Mouth,</i></p> <p><i>Brand Positioning,</i></p> <p><i>Brand Image,</i></p> <p>Esteh Indonesia</p>	<p>Esteh Indonesia mengeluarkan surat somasi kepada konsumen terkait ulasan ketidakpuasaan konsumen terhadap produk di Twitter menciptakan <i>negative electronic word of mouth (negative eWOM)</i>, namun hal itu tidak serta-merta membuat masyarakat berhenti membeli produknya. Hal tersebut mungkin ditengarai oleh <i>brand positioning</i> yang sedari awal dilakukan Esteh Indonesia sudah cukup baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih rinci mengenai pengaruh <i>negative eWOM</i> terhadap <i>brand image</i> PT Esteh Indonesia dengan <i>brand positioning</i> sebagai moderator. Teori dalam penelitian ini adalah teori integrasi informasi. Konsep-konsep pada penelitian ini adalah <i>negative eWOM</i>, <i>brand positioning</i>, <i>brand image</i>. Jenis penelitian yang dilakukan adalah <i>explanatory research</i> dengan teknik pengambilan sampel menggunakan <i>convenience sampling</i>. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada semua orang yang telah melihat kasus ini di Twitter dan mengetahui <i>brand</i> Esteh Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan variabel moderasi. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara variabel <i>negative eWOM</i> terhadap variabel <i>brand image</i> dan pengaruh positif dan signifikan antara variabel <i>brand positioning</i> terhadap variabel <i>brand image</i>. Variabel <i>brand positioning</i> tidak menjadi variabel yang memoderasi antara variabel <i>negative eWOM</i> terhadap variabel <i>brand image</i>.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si</p>



**PROGRAM KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS NASIONAL**

ABSTRACT

Name : Reggy Rismawan
Study Programme : Communication Science
Titel of Thesis : *The Effect of Negative Electronic Word of Mouth on The Brand Image of PT Esteh Indonesia with Brand Positioning as Moderator Variable*

<p>Keywords</p> <p><i>Negative Electronic Word of Mouth,</i></p> <p><i>Brand Positioning,</i></p> <p><i>Brand Image,</i></p> <p><i>Esteh Indonesia</i></p>	<p><i>Esteh Indonesia issued a letter of subpoena to consumers regarding consumer dissatisfaction with product reviews on Twitter creating negative electronic word of mouth (negative eWOM), but this did not necessarily make people stop buying the products. This may be indicated by the good brand positioning that Esteh Indonesia has done from the start. The purpose of this study is to find out in more detail about the influence of negative eWOM on the brand image of PT Esteh Indonesia with brand positioning as a moderator. The theory in this study is the information integration theory. The concepts in this study are negative eWOM, brand positioning, and brand image. This type of research is explanatory research with a sampling technique using conventional sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to everyone who had seen this case on Twitter and knew the Indonesian Esteh brand. The data analysis technique used is multiple regression analysis with moderating variable. The results of the study found that there was a negative and significant effect between the negative eWOM variable on brand image variable and a positive and significant effect between brand positioning variable and brand image variable. The brand positioning variable is not a moderating variable between the negative eWOM variable and the brand image variable.</i></p>
<p>Thesis Advisor</p>	<p>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si</p>

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini, yang berjudul “PENGARUH *NEGATIVE ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND IMAGE* PT. ESTEH INDONESIA DENGAN *BRAND POSITIONING* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR”. Penulisan proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta. Ketertarikan peneliti dengan permasalahan dalam proposal skripsi ini adalah karena ingin mengetahui bagaimana *brand positioning* dapat menjadi faktor yang menjelaskan variabilitas dari *brand image* Esteh Indonesia di tengah banyaknya *negative eWOM* yang diterima Esteh Indonesia di media sosial Twitter.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, peneliti tidak akan selesai tepat waktu dalam melakukan proposal skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
- 2) Ibu Dr. Ema Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- 3) Bapak Drs. Adi Prakoso, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

- 4) Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- 5) Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 6) Bapak Bambang Pamungkas, M. Ilkom selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa membantu penulis dalam menjalankan perkuliahan ini.
- 7) Segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan civitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 8) Masyarakat yang telah ikut berpartisipasi dalam mengisi kuisioner, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 9) Kedua orang penulis, Bapak Anin Sugiat dan Ibu Supatmah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dibanggakan.
- 10) Kepada Marcel, Celis, Sean, Hans, Andika, Tamam, Samuel sebagai sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menulis skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan sehingga skripsi ini

dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta dapat dikembangkan lebih lanjut. Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 7 Februari 2023



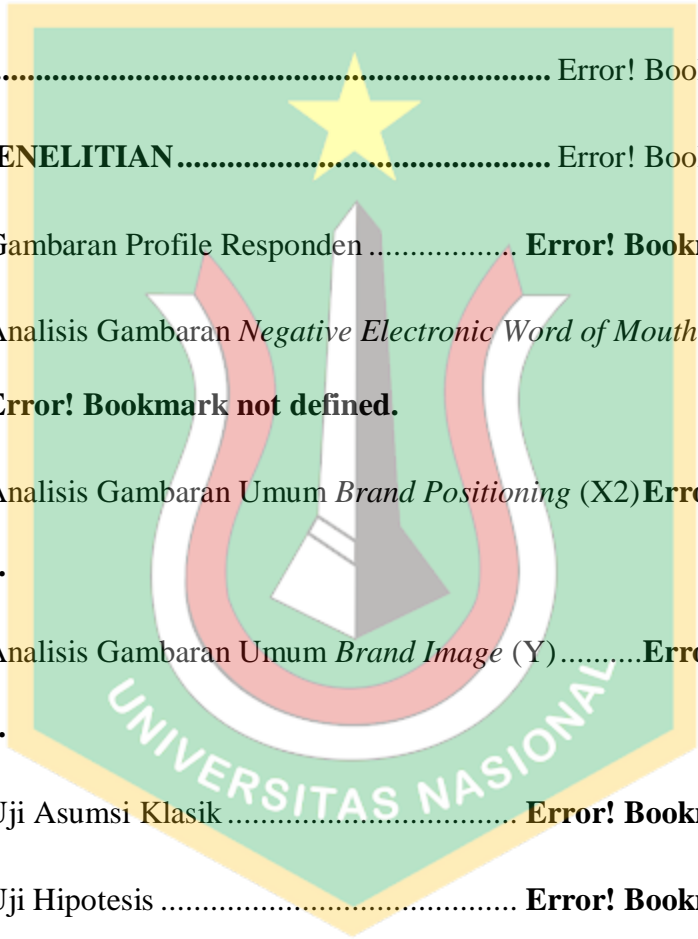
Reggy Rismawan
Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

1.4	Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II		Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
2.1	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2	<i>Research Gap</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3	<i>State of The Art</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4	Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.6	Definisi Konseptual dan Operasional	Error! Bookmark not defined.
2.7	Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Pendekatan Penelitian dan Taraf Signifikansi Riset....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode dan Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Data dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	Error! Bookmark not defined.

3.6	Proses Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Pengolahan, Penyajian dan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8	Perencanaan Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Profile Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Gambaran <i>Negative Electronic Word of Mouth</i> (Variabel X1) Error! Bookmark not defined.	
4.3	Analisis Gambaran Umum <i>Brand Positioning</i> (X2) Error! Bookmark not defined.	
4.4	Analisis Gambaran Umum <i>Brand Image</i> (Y).....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.



5.2 Saran-saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 - Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 2 - Model Konsep dan Model Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 - Data Sekunder..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 - Operasionalisasi Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 – Uji Validitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 - Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 - Perencanaan Jadwal Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 1 - Jenis Kelamin Responden..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 2 - Usia Responden..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 3 - Pendapatan Perbulan Responden **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 4 - Frekuensi Penggunaan Twitter **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 5 - Mengetahui Kasus dan Familiaritas akan Brand Esteh Indonesia **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.1. 6 - Tabel Silang Jenis kelamin dan Usia.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 7 - Jenis Kelamin dan Pendapatan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 8 - Jenis Kelamin dan Familiaritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 9 - Pendapatan dan Familiaritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1. 10 - Usia dan Familiaritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2.1. 1 - Gambaran Umum Dimensi 1 (*Negative eWOM Number*) **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.2.1. 2 - Gambaran *Negative eWOM Number* Berdasarkan Jenis Kelamin
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2.1. 3 - Gambaran *Negative eWOM Number* Berdasarkan Usia **Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 4.2.1. 4 - *Negative eWOM Number* Frekuensi Penggunaan Twitter **Error!**
Bookmark not defined.

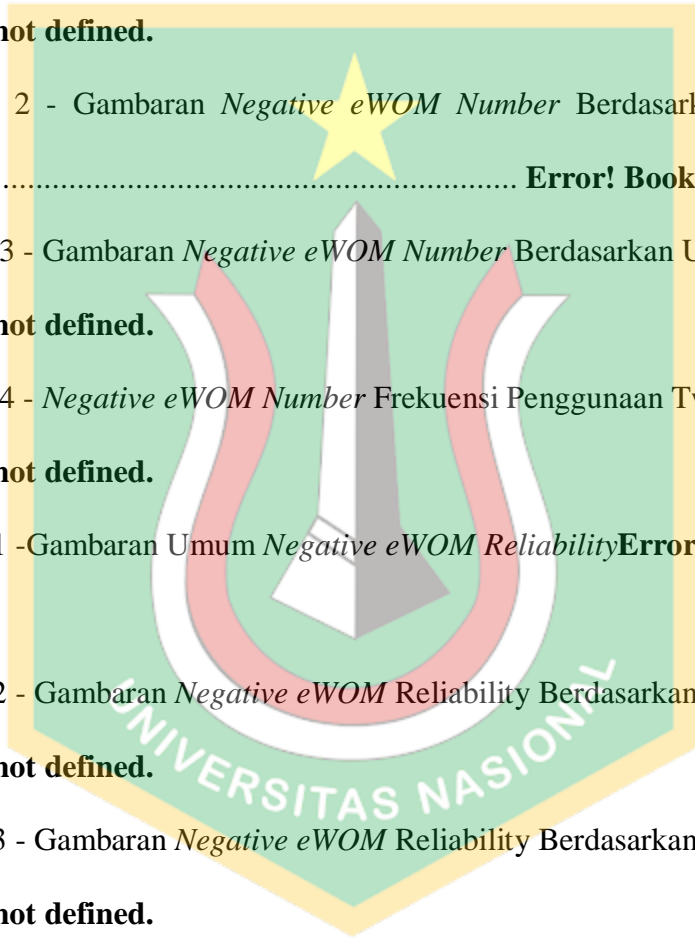
Tabel 4.2.2 1 - Gambaran Umum *Negative eWOM Reliability* **Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 4.2.2 2 - Gambaran *Negative eWOM Reliability* Berdasarkan Jenis Usia **Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 4.2.2 3 - Gambaran *Negative eWOM Reliability* Berdasarkan Usia **Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 4.2.2 4 - *Negative eWOM Reliability* Frekuensi Penggunaan Twitter **Error!**
Bookmark not defined.

Tabel 4.2.3. 1 - Gambaran Umum *Negative eWOM Retransmission Will* **Error!**
Bookmark not defined.



Tabel 4.2.3. 2 - *Negative eWOM Retransmission Will* Berdasarkan Jenis Kelamin

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2.3. 3 - *Gambaran Negative eWOM Retransmission Will* Berdasarkan Usia

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2.3. 4 - *NeWOM Retransmission Will* Frekuensi Penggunaan Twitter.. **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.2.4. 1 - *Gambaran Umum Negative eWOM...* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2.4. 2 - *Gambaran Negative eWOM* Berdasarkan Jenis Kelamin **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.2.4. 3 - *Gambaran Negative eWOM* Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not**

defined.

Tabel 4.2.4. 4 - *Negative eWOM* Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Twitter.. **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 1 - *Esteh Indonesia merepresentasikan minuman khas Indonesia* **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 2 - *Esteh Indonesia memiliki reputasi yang baik di tengah masyarakat*

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 3 - *Esteh Indonesia produk asli Indonesia diminati oleh masyarakat* . **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 4 - *Esteh Indonesia pelopor produk berasal dari Indonesia yang bersaing*

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 5 - Esteh Indonesia produk minuman dari Indonesia populer saat ini **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 6 - Esteh Indonesia produk yang unik, jarang dijumpai produk lainnya

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 7 - Produk Esteh Indonesia memiliki harga lebih terjangkau **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 8 - Produk Esteh Indonesia memiliki varian rasa lebih beragam..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 9 - Esteh Indonesia mengeluarkan produk-produk yang inovatif..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 10 - Esteh Indonesia memiliki kesan yang berbeda namun tetap bermutu

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 11 - Esteh Indonesia menawarkan produk yang berkualitas..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 12 - Produk Esteh Indonesia sesuai dengan ekspektasi Saya **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 13 - Produk Esteh Indonesia tersedia di *e-commerce* maupun *outlet* . **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 14 - Esteh Indonesia konsisten memberikan produk yang bermutu.... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 15 - Saya memiliki kepercayaan memilih produk Esteh Indonesia **Error!**

Bookmark not defined.



Tabel 4.3 16 - Saya yakin Esteh Indonesia bersaing lama di tengah masyarakat **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 17 - Sejauh Esteh Indonesia dapat mempertahankan popularitasnya . **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 18 - Saya yakin terhadap keberlanjutan produk Esteh Indonesia **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 19 - Esteh Indonesia tetap konsisten dalam menjaga kualitas produknya

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 20 - Esteh Indonesia dapat menginspirasi produk serupa lainnya **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 21 - Esteh Indonesia menawarkan produk-produk yang sesuai..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 22 - Produk Esteh Indonesia sesuai dengan minat masyarakat Indonesia

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 23 - Harga produk Esteh Indonesia sesuai dengan daya beli masyarakat

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 24 - Produk Esteh Indonesia dapat diterima baik oleh masyarakat **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3 25 - Produk Esteh Indonesia dapat sesuai dengan keinginan masyarakat

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.1. 1 - Gambaran Umum Dimensi Nilai **Error! Bookmark not defined.**



Tabel 4.3.1. 2 - Gambaran Dimensi Nilai Berdasarkan Jenis Kelamin **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.3.1. 3 - Gambaran Dimensi Nilai Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.1. 4 - Gambaran Dimensi Nilai Berdasarkan Pendapatan Perbulan.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.2. 1 - Gambaran Umum Dimensi Keunikan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.2. 2 - Gambaran Dimensi Keunikan Berdasarkan Jenis Kelamin..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.2. 3 - Gambaran Dimensi Keunikan Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.2. 4 - Gambaran Dimensi Keunikan Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.3. 1 - Gambaran Umum Dimensi Kredibilitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.3. 2 - Gambaran Dimensi Kredibilitas Berdasarkan Jenis Kelamin.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.3. 3 - Gambaran Dimensi Kredibilitas Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.3. 4 - Dimensi Kredibilitas Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**



Tabel 4.3.4. 1 - Gambaran Umum Dimensi Berkelanjutan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.4. 2 - Gambaran Dimensi Berkelanjutan Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.4. 3 - Gambaran Dimensi Berkelanjutan Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.4. 4 - Dimensi Berkelanjutan Berdasarkan Pendapatan Perbulan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.5. 1 - Gambaran Umum Dimensi Kesesuaian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.5. 2 - Gambaran Dimensi Kesesuaian Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.5. 3 - Gambaran Dimensi Kesesuaian Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.5. 4 - Gambaran Dimensi Kesesuaian Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.6. 1 - Gambaran Umum *Brand Positioning* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.6. 2 - Gambaran *Brand Positioning* Berdasarkan Jenis kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3.6. 3 - Gambaran *Brand Positioning* Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**



Tabel 4.3.6. 4 - Gambaran *Brand Positioning* Berdasarkan Pendapatan Perbulan

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 1 - Terlepas dari komentar negatif, Saya tetap membeli Esteh Indonesia

..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 2 - Komentar negatif tidak mempengaruhi kepuasan Saya..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.4. 3 - Esteh Indonesia tetap mempertahankan keunggulan produknya . **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.4. 4 - Esteh Indonesia mengeluarkan produk baru yang unggul..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.4. 5 - Saya memilih Esteh Indonesia karena produk sesuai minat Saya **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.4. 6 - Menurut Saya Esteh Indonesia akan tetap dipandang baik **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.4. 7 - Saya akan tetap memilih produk Esteh Indonesia**Error! Bookmark not**

defined.

Tabel 4.4. 8 - Saya akan tetap membeli produk Esteh Indonesia **Error! Bookmark**

not defined.

Tabel 4.4. 9 - Saya tetap membeli produk Esteh Indonesia**Error! Bookmark not**

defined.

Tabel 4.4. 10 - Saya seketika berpikir untuk membeli Esteh Indonesia **Error!**

Bookmark not defined.



Tabel 4.4. 11 - Keunikan Esteh Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 12 - Produk Esteh Indonesia tetap diminati **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 13 - Saya mempertimbangkan kekhasan produk Esteh Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 14 - Esteh Indonesia tidak kehilangan keunikannya **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4. 15 - Ciri khas produk menjadi salah satu faktor terpenting **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.1. 1 - Gambaran Umum Dimensi Favorability **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.1. 2 - Gambaran *Favorability* Berdasarkan Jenis Kelamin..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.1. 3 - Gambaran *Favorability* Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.1. 4 - Gambaran *Favorability* Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.2. 1 - Gambaran Umum Dimensi *Strength* . **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.2. 2 - Gambaran Dimensi *Strength* Berdasarkan Jenis Kelamin..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.2. 3 - Gambaran Dimensi *Strength* Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**



Tabel 4.4.2. 4 - Gambaran Dimensi *Strength* Berdasarkan Pendapatan Perbulan
..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.3. 1 - Gambaran Umum Dimensi Uniqueness**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.3. 2 - Gambaran Dimensi Uniqueness Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.3. 3 - Gambaran Dimensi Uniqueness Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.3. 4 - Dimensi Uniqueness Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.4. 1 - Gambaran Umum *Brand Image* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.4. 2 - Gambaran *Brand Image* Berdasarkan Jenis Kelamin..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.4. 3 - Gambaran *Brand Image* Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4.4. 4 - Gambaran *Brand Image* Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5. 1 - Hasil Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5. 2 - Hasil Uji Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5. 3 - Hasil Uji Heterokedastisitas..... 157

Tabel 4.6. 1 - Model summary **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6. 2 - Tabel Uji F..... **Error! Bookmark not defined.**



Tabel 4.6. 3 - Hasil Analisis Regresi Linear Berganda **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7.2. 1 - Tabel Korelasi **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 - Usaha E-commerce Menurut Barang dan Jasa yang Dijual..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 1. 2 - Surat Somasi Esteh Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 - Ulasan Permintaan Maaf Konsumen ... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 4 - Negative Word of Mouth terhadap Esteh Indonesia . **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 5 - Berita Online Terkait Kasus Somasi Esteh Indonesia **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 1. 6 - Pernyataan Minat Beli Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 - eWOM **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 - Grafik Scatterplot **Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Surat Keputusan Dosen Pembimbing

Lampiran II: Lembar Konsultasi

Lampiran III: Kuisioner Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran IV: Kuisioner Sesudah Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran V: Daftar Nama dan Profile Responden Validitas dan Reliabilitas

Lampiran VI: Daftar Nama dan Profile Sampel Responden Riset Penelitian

Lampiran VII: Data Responden Validitas dan Reliabilitas

Lampiran VIII: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran IX: Data Responden Riset Penelitian

Lampiran X: Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran XI: Hasil Output Olah Data Inferensial

Lampiran XII: Uji Korelasi Pearson (Product Moment)

Lampiran XIII: Daftar Riwayat Hidup

Lampiran XIV: Hasil Cek Turnitin